

TEKNIK PERSUASI PADA IKLAN SKIN CARE DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Johana Widya Lestari

(Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)
johanawidya5@gmail.com

Mimas Ardhianti

(Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)
mimasardhianti@gmail.com

Abstract

The background of the study is seen from many advertisers who give promises about the product to the customers. In the skin care product, they mostly use Instagram as a persuasion social media to engage the viewers and customers. The purpose of this study was to describe the persuasion technique on the skin care product in social media Instagram. The theory of this study used persuasion technique by Sunarjo. The data of this study were written data, there were; cognitive dissonance, pay of idea and fear arousing, empathy, packing, red herring, and association technique. The researcher used qualitative approach. Source of the data in this study was written source that was skin care advertisement in Instagram named *Jafraskincare_bdg* (Jul-November 2017) The data collection used documentation. Data analysis used qualitative descriptive technique. The result of the study on the skin care advertisement in social media Instagram included: 1) cognitive dissonance technique, 2) pay of idea and fear arousing technique, 3) empathy technique, 4) packing technique, 5) red herring technique, 6) association technique, it also found 7) the combination between pay off idea and packing technique also the combination between pay off idea and fear arousing technique.

Keywords: Persuasion Technique, Advertisement, Skin Care.

PENDAHULUAN

Bahasa dalam kehidupan sehari-hari mempunyai peranan yang sangat penting yaitu sebagai alat komunikasi antarsesama, melalui bahasa seseorang bisa menyampaikan ide, imajinasi, gagasan dan perasaannya yang diwujudkan dalam lisan maupun tulisan. Bahasa lisan berfungsi menyampaikan informasi dari pembicara kepada pendengar, sedangkan bahasa tulisan menyampaikan informasi dari penulis kepada pembaca. Dari kegiatan tersebut maka akan timbulah sebuah

interaksi antarsesama. Dari interaksi yang dilakukan maka akan terbentuk sebuah wacana.

Wacana adalah satuan bahasa terlengkap dalam hierarki gramatikal dan merupakan satuan gramatikal tertinggi atau terbesar Kridalaksana (dalam Rusminto, 2015:02). Terdapat beberapa sudut pandang yang dapat digunakan orang untuk mengkalsifikasi jenis wacana. Rusminto (2015:11) menyatakan jenis-jenis wacana adalah jenis wacana berdasarkan tujuan

komunikasi yaitu wacana deskripsi, wacana eksposisi, wacana argumentasi, wacana narasi, dan yang terakhir wacana persuasi. Menurut Rani (dalam Rusminto, 2015:17) Wacana persuasi adalah wacana yang dibuat dengan tujuan untuk memengaruhi mitra tutur agar melakukan tindakan sesuai dengan yang dikehendaki penuturnya.

Wacana persuasi sering digunakan dalam bahasa-bahasa slogan, imbauan, periklanan dan sebagainya. Periklanan adalah sebuah proses komunikasi massa yang melibatkan sponsor tertentu yaitu si pemasang iklan (pengiklan), yang membayar jasa sebuah media massa atas penyiaran atau terbitnya iklan Suhandang (dalam Pujiyanto, 2013:03). Iklan merupakan jenis kegiatan komunikasi massa, karena iklan merupakan kegiatan komunikasi yang ditujukan kepada khalayak. Dalam periklanan terdapat berbagai macam penggunaan teknik persuasi untuk menarik perhatian konsumen.

Teknik persuasi wacana iklan merupakan cara tertentu untuk memengaruhi orang lain sehingga pendengar atau pembaca percaya dengan pesan yang disampaikan (Keraf, 2010:126).

Iklan sering ditemui diberbagai media cetak dan elektronik. Media cetak bisa berupa majalah, koran, spanduk dan sebagainya. Sedangkan dalam media elektronik bisa berupa internet, facebook, televisi dan instgram. Salah satu media yang lagi ramai digunakan untuk memasang iklan pada saat ini adalah media sosial instagram. Dengan menggunakan media instagram dapat diperoleh dengan mudah informasi, pengetahuan, wawasan bahkan dapat digunakan sebagai media bisnis. Oleh karena itu, kini banyak orang

memanfaatkan media instagram sebagai alat untuk mempromosikan produknya.

Pada situs instagram terdapat berbagai macam *online shop* yang mengiklankan produknya yaitu mengiklankan produk berupa pakaian, *acesoris*, makanan, produk *skin care* dan sebagainya. Salah satu iklan yang memiliki daya persuasi yang tinggi dan dominan pada media instagram adalah iklan produk *skin care*. *Skin care* adalah sebuah produk untuk perawatan kulit agar kulit tetap terjaga kesehatannya. Dengan adanya iklan produk *skin care* di media sosial instagram kini masyarakat lebih mudah mengetahui berbagai jenis produk *skin care* pengeluaran terbaru. Selain itu, melihat fenomena saat ini masyarakat memiliki minat yang tinggi terhadap berbagai produk *skin care* maka tidak heran jika banyak dijumpai iklan produk *skin care* di media sosial instagram. Pada media instagram para pemasang iklan memasang iklannya dengan memakai teknik persuasi yang menarik untuk menarik perhatian konsumen. Salah satu akun iklan di media sosial instagram yang memiliki teknik persuasi yang kuat adalah akun instagram *jafraskincare_bdg*. Akun tersebut merupakan akun yang memasarkan produk *skin care* dengan merek *jafra*. Dalam akun *jafra skincare_bdg* terdapat berbagai macam produk *skin care* dari *jafra* yang meliputi masker wajah, krim malam, serum dan sebagainya.

Dari paparan di atas, maka peneliti berniat untuk meneliti mengenai teknik persuasi pada iklan *skin care*. Teknik persuasi ini sangat menarik untuk diteliti karena banyak ditemukan pengiklan yang memberi pembaca janji-janji pada produk yang diiklankan. Selain itu teknik-teknik

persuasi yang sangat kreatif yang muncul yang digunakan pengiklan dapat menarik pembeli. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian yang berjudul "Teknik Persuasi Pada Iklan *Skin care* di Media Sosial Instagram".

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, Penelitian pada wacana iklan *skin care* pada media sosial instagram menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan dimanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2007:06).

Menurut David Williams (dalam Moleong, 2007:05) penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah, dan dilakukan oleh orang atau penelitian yang tertarik secara alamiah. Data dalam penelitian ini ialah teknik persuasi pada iklan produk *skin care* di media sosial instagram data tersebut berupa kata atau tulisan. Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari situs instagram akun *jafraskincare_bdg* berupa teknik persuasi iklan produk *skin care*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara memahamai, mengode, membaca kembali,

menginterpretasi, dan, menyimpulkan.

HASIL PENELITIAN

Teknik persuasi dalam iklan *skin care* di media sosial instagram dianalisis berdasarkan bentuk kebahasaanya yaitu ditemukan penggunaan teknik *cognitive dissonance*, teknik *pay off idea* dan *fear arousing*, teknik *empathy*, teknik *packing*, teknik *red herring*, teknik *asosiasi*. Masing-masing teknik di deskripsikan sebagai berikut.

1. Teknik *Cognitive Dissonance*

Teknik *cognitive dissonance* yang ditemukan pada iklan produk *skin care* di media sosial instagram sebagai berikut.

Bagi yg memiliki kulit kering, solusinya perlu extra moisturizer karena rentan dengan kerutan dini, kulit kusam, dan warna kulit yang tidak merata. Selain itu, kulit akan terasa kencang setelah cuci muka, sehingga kita harus lebih hati-hati memilih cleanser yang lembut agar tidak merusak kulit kita. Rangkaian *Advance Dynamic Hydrating* ini dirancang khusus untuk kulit kering 🙄😓 Mampu merawat kelembutan dan menjaga kelembaban kulit looh. Pakai rutin dan teratur yaah, agar skincare-nya bekerja optimal. (01/CD/ADH/09/07/2017)

Data di atas menggunakan teknik *cognitive dissonance* yaitu dapat dilihat pada kalimat "Bagi yg memiliki kulit kering, solusinya perlu *extra moisturizer* karena rentan dengan kerutan dini, kulit kusam, dan warna kulit yang tidak merata. Selain itu, kulit akan terasa

kencang setelah cuci muka sehingga kita harus lebih hati-hati memilih *cleanser* yang lembut agar tidak merusak kulit kita". Maksud dari kalimat tersebut bahwa seseorang yang memiliki kulit kering dan kurang menjaga dalam merawatnya akan menimbulkan kerutan dini, kulit akan menjadi lebih kusam. Banyak orang kurang akan menyadari hal itu serta kurang mengetahui kondisi kulitnya sehingga seseorang akan menggunakan produk apa saja tanpa memperhatikan fungsi dari produk yang digunakan. Oleh karena itu, produsen menawarkan produk yang dikhususkan untuk seseorang yang memiliki kulit kering untuk membantu mencegah terjadinya penuaan dini serta kulit kusam.

2. Teknik *Pay Off Idea* dan *Fear Arousing*

a. Teknik *pay off idea*

Teknik *pay off idea* yang ditemukan pada iklan produk *skin care* di media sosial instagram sebagai berikut.

Weekend bareng produk unggulan JAFRA yuk. Gentle exfolating scrub. Krim dengan granul halus ini membuat kulit cerah seketika dan senasasi kesegarannya membuat weekend mu semakin menyenangkan. Scrub ini diperkaya bahan alami dari minyak biji bunga matahari dan madu yang menghaluskan dan membantu mengangkat sel-sel kulit mati. Kulit halus, bersih, dan cerah seketika.
(04/POI/GES/04/08/2017)

Data di atas merupakan data yang mengandung teknik *pay off idea* hal itu dapat dilihat produsen dalam mengiklankan produknya

menyertakan kandungan dan manfaat yang terdapat dalam produk yang diiklankan. Hal itu dapat dilihat pada kalimat "*Scrub* ini diperkaya bahan alami dari minyak biji bunga matahari dan madu yang menghaluskan dan membantu mengangkat sel-sel kulit mati". Maksud dari kalimat tersebut bahwa terlihat produsen menawarkan produknya dengan memberikan keunggulan dari produk tersebut serta memberikan harapan untuk meyakinkan konsumen bahwa ketika menggunakan produk tersebut akan mendapatkan kulit yang halus, bersih, cerah, dan dapat membantu mengangkat sel-sel kulit mati pada wajah.

b. Teknik *Fear Arousing*

Teknik *fear Arousing* yang ditemukan pada iklan produk *skin care* di media sosial instagram sebagai berikut.

Kulit berminyak punya resiko tampilan cepat lusuh. Kusam dan sangat beresiko mengaundang bakteri penyebab jerawat. Selain itu jenis kulit ini membuat kulit terlihat lebih gelap dari aslinya. Mattfying advance set ini bantu membuat kulit menjadi normal. Mengurangi kadar minyak tanpa membuat kering. Bantu mencerahkan kulit serta menipiskan bekas jerawat dan juga bantu mengempeskan jerawat looh. Asal selalu sabar dnegan prosesnya yaa. Satu paket hemat sampai 3-4 bulan ko, yang alami memang membutuhkan waktu, tapi setidaknya kita gak usah was was dengan resiko jangka panjangnya kan. Membuat kulit lembab, cerah dan segar. Selalu

pakai rangkaian *matfying* ini pagi dan malam yaa (01/FA/MAS/10/07/2017).

Pada data di atas terdapat teknik *fear arousing* dalam data yang menunjukkan teknik *fear arousing* adalah pada kalimat "Kulit berminyak punya resiko tampilan cepat lusuh. Kusam dan sangat beresiko mengundang bakteri penyebab jerawat. Selain itu jenis kulit ini membuat kulit terlihat lebih gelap dari aslinya". Pada kalimat tersebut produsen mempersuasifkan konsumen dengan cara memberikan efek menakut-nakuti konsumen ketika memiliki kulit berminyak maka wajah akan cepat lusuh kusam dan beresiko mengundang bakteri penyebab jerawat. Oleh karena itu, produsen mengajak konsumen untuk menggunakan produk *matfying advance* yang dapat membantu mengatasi masalah pada kulit berminyak.

3. Teknik *Emphaty*

Teknik *Emphaty* yang ditemukan pada iklan produk *skin care* di media sosial instagram sebagai berikut.

Pagiiii

Tuh kan pke night cream JAFRA itu gini. Enak, lembut, dan wanginyaaaa bikin tidur semalaman tambah nyenyak. Pas bangun tidur, kulit terasa halus dan pasti pgn langsung ngaca dan ngelus ngelus kulitnya Semua tekstur krim JAFRA itu gak berat sama sekali. Ringan d muka, kulit kaya gpke apa apa, pastinya menutrisi dan membuat kulitmu tambah cerah. Love it. (06/EM/NC/12/09/2017)

Pada data di atas terdapat teknik *emphaty* hal itu dapat dilihat pada kalimat "Tuh kan pake *night cream* jafra itu gini. Enak, lembut, dan wanginya bikin tidur semalaman tambah nyenyak. Pas bangun tidur, kulit terasa halus dan pasti ingin langsung ngaca dan ngelus-ngelus kulitnya". Pada kalimat tersebut seolah-olah produsen memposisikan dirinya sebagai seorang konsumen yang menggunakan produk tersebut dan merasakan efek yang didapat dari produk *night cream*. Melalui penyampaian iklan tersebut produsen meyakinkan konsumen bahwa produk *night cream* merupakan produk yang dapat menutrisi kulit dan membuat kulit tambah cerah sebab produsen sudah membuktikan sendiri hasilnya.

4. Teknik *Packing*

Teknik *packing* yang ditemukan pada iklan produk *skin care* di media sosial instagram sebagai berikut.

Kesegaran sore ini di sponsori oleh produk JAFRA Royal Olive. Bath and showe gel dan Body Lotion yg mengandung ekstra minyak zaitun murni Bath and shower gel yg ringan, tdk bikin kulit kering, lembab, dan wangii banget. Belum lagi lotionnya yg lembut dan cpt menyerap k dlm kulit. Anti lengket, anti kaku. Jd pgn nyium kulit terus JAFRA Royal Olive ini diperkaya membantu merelaksasi tubuh dan menjaga kelembaban kulit. Membuat kulit lebih halus.

Istirahat malammu semakin menenangkan. Aah suka bgt. Emang favorite dan BEST SELLER

Pada data di atas terdapat teknik *packing* hal itu ditunjukkan pada kalimat "Kesegaran sore ini di sponsori oleh produk jafra *royal olive*". Kalimat tersebut menggunakan kata-kata yang mudah diingat sehingga bisa dijadikan sebuah jargon untuk menarik perhatian konsumen. Selain itu pada iklan di atas juga menggunakan kalimat "Emang *favorite* dan *best seller*". Kalimat tersebut menjadikan iklan semakin menarik perhatian konsumen dan meyakinkan manfaat dari produk tersebut.

5. Teknik *Red Herring*

Teknik *Red Herring* yang ditemukan pada iklan produk *skin care* di media sosial instagram sebagai berikut.

Kulit akan menua sama seperti hal nya usia kita. Hal hal yang menyebabkan kulit menjadi menua adalah

- 1.Sinar matahari
- 2.Cuaca
- 3.Polusi
- 4.Asap
- 5.Umur
6. Stres

Sehingga perlu adanya perlindungan kulit wajah. Wajah wajib memakai krim siang yang mengandung tabir surya spf 15 sesuai jnis kulit (*sun protection*), karena cuaca panas menyebabkan flek dan bisa berakibat kanker kulit Umur sangat mempengaruhi kulit kita dan akan menjadi keriput kalo tidak dirawat dari sekarang. Pertahankan wajah kencang dan fresh sedari sekarang yuk, salah satunya dgn cara menggunakan *day cream* setiap hari Jgn lupa pakai perawatan wajah yang

sehat aman dan sudah berlegalitas BPOM resmi, halal, dan alami. Salah satunya JAFRA yg sudah memiliki pengalaman 60 thn d bidang *skincare* dan kosmetik kelas dunia. (01/RH/DC/16/08/2017)

Pada data di atas terdapat teknik *red herring* hal itu ditunjukkan pada kalimat "Kulit akan menua sama seperti hal nya usia kita. Hal hal yang menyebabkan kulit menjadi menua adalah

- 1.Sinar matahari
- 2.Cuaca
- 3.Polusi
- 4.Asap
- 5.Umur
6. Stres

sehingga perlu adanya perlindungan kulit wajah". Maksud dari kalimat tersebut produsen mengalihkan pesan dengan memaparkan hal-hal yang menyebabkan kulit menjadi menua. Setelah memaparkan hal-hal yang menyebabkan kulit dapat menua produsen mengajak konsumen untuk menggunakan *sun protection* yang dapat membantu melindungi kulit dari hal-hal yang dapat menyebabkan kulit menjadi menua.

6. Teknik *Asosiasi*

Teknik *Asosiasi* yang ditemukan pada iklan produk *skin care* di media sosial instagram sebagai berikut.

Mau mulus dan glowing instan? jangan pake krim racikan, mending pake foundation royal jelly terbaru aja dari JAFRA. Royal Jelly Foundation with SPF 20. REKOMENDED! bikin kulit mulus dan glowing seketika karena coveragennya bagus banget, buat sehari-hari pakenya

tipis, buat event atau undangan pakemnya bisa agak tebal. Kandungan Royal Jellynya bikin foundie ini sekaligus bisa menutrisi kulit, kenyal dan pastinya bikin glowing. Oiya, foundie ini udah ada SPF 20 nya yg bisa melindungi kulit dari sinar matahari loh. Pengen mulus dan glowing seketika? Pake foundie RJ ajaa. Shake, blend, and protect Daripada pake cream2 gajelas yg bahayanya bisa jadi kanker kulit, mending cari yang amaann. (01/AS/FRJ/07/09/2017)

Pada data di atas terdapat teknik *asosiasi* hal itu ditunjukkan pada kalimat "Mau mulus dan *glowing* instan? jangan pakai krim racikan, mending pakai *foundation royal jelly* terbaru aja dari jafra. *royal jelly foundation with SPF 20*" dan "Pengen mulus dan *glowing* seketika? pakai *foundie* RJ aja. *shake, blend, and protect* dari pada pakai *cream-cream* tidak jelas yang bahayanya bisa jadi kanker kulit, mending cari yang aman". Maksud dari kalimat tersebut produsen menarik perhatian konsumen dengan hal yang terkait dengan fenomena yang faktual. Saat ini banyak orang yang menginginkan kulit yang mulus seketika dan menggunakan *cream* racikan yang tidak jelas dan bisa mengakibatkan kanker. Oleh karena itu, produsen mengajak konsumen untuk menggunakan *foundation* yang dapat membuat mulus seketika tanpa ada efek samping.

7. Teknik Gabungan

a. Teknik *Packing* dan *pay off idea*

Teknik gabungan teknik *packing* dan teknik *pay off idea* yang

ditemukan pada iklan produk *skin care* di media sosial instagram sebagai berikut.

Banyak bgt cust yg merasa puas dgn produk perawatan kaki yg BEST SELLER ini. Masih blm tau? Nih kenalin Peppermint Foot Balm, salah satu produk perawatan kaki JAFRA yg bertekstur seperti lotion. Produk ini TERBUKTI ampuh melembutkan bagian kulit kasar dan pecah-pecah yg biasanya diakibatkan krn aktivitas cuci mencuci Selain itu kadungan peppermint dalam JAFRA Peppermint Foot Balm, dapat menyegarkan dan menenangkan kaki dan betis yang lelah. Wajib punya nih, apalgi buat mommy yg memiliki bnyk aktivitas. Multifungsi bgt.

(01/PACK+POI/FB/06/08/2017)

Pada data di atas terdapat teknik gabungan yaitu teknik gabungan antara teknik *packing* dan teknik *pay off idea*. Teknik *packing* ditunjukkan pada kalimat "Banyak banget *custemer* yang merasa puas dengan produk perawatan kaki yg *best seller* ini". Dan teknik *pay off idea* ditunjukkan pada kalimat "Selain itu kandungan *peppermint* dalam Jafra *peppermint foot balm*, dapat menyegarkan dan menenangkan kaki dan betis yang lelah". Maksud dari kalimat tersebut produsen memaparkan bahwa produk *foot balm* merupakan produk *best seller* dan sudah terbukti manfaatnya. Selain itu setelah memaparkan keunggulan dari produk tersebut konsumen diberikan harapan bahwa kandungan *peppermint* yang terdapat dalam *foot balm* dapat

menyegarkan dan menenangkan kaki yang lelah.

b. Teknik *pay off idea* dan *fear arousing*

Teknik gabungan teknik *pay off idea* dan teknik *fear arousing* yang ditemukan pada iklan produk *skin care* di media sosial instagram sebagai berikut.

Cleanser merupakan produk skincare yg wajib sekali kamu pakai yah Dear. Cleanser JAFRA yg diformulasikan khusus dan kandungannya yg less detergent, tdk akan membuat kulitmu menjadi kering. Namun akan membuat kulit menjadi lembab dan pastinya segar Cleanser memiliki tugas utama utk membuang kotoran di wajah. Sehari melakukan aktivitas, akan membuat wajah menjadi lepek, berminyak, dan penuh dengan kotoran Oleh krn itu, cleanser wajib digunakan ya. Karena kotoran dan sisa make up yang menempel akan memicu jerawat dan flek hitam di wajah. Gmw kan jika semua hal itu terjadi So, sebelum terlambat, baiknya kita rajin membersihkan muka kita dgn cleanser yg sesuai dgn jenis kulit ya.
(01/POI+FA/CL/16/08/2017)

Pada data di atas terdapat teknik gabungan yaitu teknik *pay off idea* dan teknik *fear arousing*. Teknik *pay off idea* ditunjukkan pada kalimat "*Cleanser jafra* yg diformulasikan khusus dan kandungannya yang *les detergent*, tidak akan membuat kulitmu menjadi kering. Namun akan membuat kulit menjadi lembab dan

pastinya segar *Cleanser* memiliki tugas utama untuk membuang kotoran di wajah". Maksud dari kalimat tersebut bahwa produsen memaparkan harapan yang akan diberikan ketika menggunakan produk tersebut dapat membuat kulit menjadi lembab dan segar. Selain itu teknik *fear arousing* juga dipakai yaitu ditunjukkan pada kalimat "Oleh karena itu, *cleanser* wajib digunakan ya. Karena kotoran dan sisa *make up* yang menempel akan memicu jerawat dan flek hitam di wajah. Tidak mau kan jika semua hal itu terjadi So, sebelum terlambat, sebaiknya kita rajin membersihkan muka kita dengan *cleanser* yg sesuai denga jenis kulit ya". Maksud dari kalimat tersebut produsen menakut-nakuti konsumen dengan memberikan efek buruk ketika tidak membersihkan sisa kotoran *make up* akan membuat munculnya jerawat dan flek hitam oleh karena itu produsen mengajak konsumen untuk menggunakan produk *cleanser* akan membantu membersihkan kulit.

PEMBAHASAN

Persuasi diambil dari bahasa Inggris *persuassion*, yang berarti 'bujukan atau rayuan'. Menurut Keraf (2010:118) persuasi adalah suatu seni verbal yang bertujuan untuk meyakinkan seseorang agar melakukan sesuatu yang dikehendaki pembicara pada waktu ini atau pada waktu yang akan datang. Teknik persuasi wacana iklan merupakan cara tertentu untuk memengaruhi orang lain sehingga pendengar atau pembaca percaya dengan pesan yang disampaikan. Maka dari itu teknik persuasi selalu digunakan dalam sebuah iklan untuk menarik perhatian konsumen.

Salah satu iklan yang menggunakan teknik persuasi adalah iklan produk *skin care* di media sosial instagram. Dalam iklan produk *skin care* di media sosial terdapat penggunaan teknik persuasi yang berbeda-beda. Sunarjo (1983:37) mengemukakan beberapa teknik tuturan persuasi yang dapat digunakan pada wacana iklan meliputi teknik *cognitive dissonance*, teknik *pay off idea* dan *fear arousing*, teknik *empathy*, teknik *packing*, teknik *red herring*, dan teknik *asosiasi*.

Iklan *skin care* di media sosial instagram sangat menarik untuk dibahas karena dalam iklan tersebut banyak ditemukan penggunaan teknik persuasi yang perlu dikaji, agar para konsumen tidak mudah tergiur terhadap kemasan pada sebuah iklan. Pada iklan *skin care* di media sosial ditemukan penggunaan keenam teknik persuasi yang dikemukakan oleh Sunarjo yang meliputi teknik *cognitive dissonance*, teknik *pay off idea* dan *fear arousing*, teknik *empathy*, teknik *packing*, teknik *red herring*, dan teknik *asosiasi*. Dalam proses penelitian ternyata ditemukan temuan yakni teknik gabungan antara satu teknik dengan teknik lainnya yaitu terdapat teknik gabungan antara teknik *packing* dan teknik *pay off idea* seperti pada iklan *peppermint foot balm*, *royal jelly body complex*, *mud musk*, rangkaian *advance dynamic mattifying*, rangkaian *advance dynamic balancing*. Selain itu gabungan antara teknik *fear arousing* dan teknik *pay off idea* juga digunakan seperti pada iklan *cleanser*. Teknik gabungan digunakan untuk menambah kepersuasifan pada iklan tersebut agar konsumen lebih tertarik pada

produk yang diiklankan serta pesan yang di sampaikan mampu ditangkap oleh konsumen.

SIMPULAN DAN SARAN

Teknik persuasi merupakan cara tertentu untuk memengaruhi orang lain agar percaya terhadap pesan yang disampaikan. Berdasarkan hasil penelitian terhadap teknik persuasi pada iklan produk *skin care* di media sosial instagram yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa dalam wacana iklan produk *skin care* di media sosial instagram terdapat teknik persuasi. Untuk rincian datanya sebagai berikut.

1. 4 data menggunakan teknik *cognitive dissonance*
2. 21 data menggunakan teknik *pay off idea* dan 6 data menggunakan teknik *fear arousing*
3. 9 data menggunakan teknik *empathy*
4. 26 data menggunakan teknik *packing*
5. 3 data menggunakan teknik *red herring*
6. 2 data menggunakan teknik *asosiasi*
7. 6 data menggunakan teknik gabungan antara teknik *packing* dan teknik *pay off idea* dan 1 data menggunakan teknik gabungan antara teknik *pay off idea* dan teknik *fear arousing*.

Jadi, teknik persuasi yang dianalisis digunakan untuk memengaruhi perhatian konsumen agar tertarik terhadap produk yang diiklankan.

Berdasarkan simpulan hasil penelitian teknik persuasi pada iklan produk *skin care* di media sosial instagram maka saran yang dapat disampaikan sebagai berikut.

1. Bagi para produsen untuk mampu membuat iklan yang menarik, kreatif serta sesuai dengan fakta yang terdapat dalam produk atau jasa yang diiklankan.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar melakukan penelitian lanjutan terhadap temuan mengenai teknik gabungan yang digunakan pada sebuah iklan.

DAFTAR PUSTAKA

Keraf, Gorys. 2010. *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Moeloeng, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakrya.

Pujiyanto. 2013. *Iklan layanan Masyarakat*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Rusminto, Nurlaksana Eko. 2015. *Analisis Wacana: Kajian Teoritis dan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sunarjo dan Djoenaesih S Sunarjo. 1983. *Komunikasi, Persuasi dan Retorika*. Yogyakarta: Liberty.